

Komu Facebook udostępnił twoje dane?

21 grudnia 2018

Facebook rozdawał dane użytkowników jeszcze hojniej, niż wiedzano do tej pory – wynika z obszernego materiału opublikowanego przez „New York Times”.

Dziennikarze słynnego amerykańskiego dziennika dotarli do wewnętrznych dokumentów portalu społecznościowego. Pozwalają one poznać założenia porozumień o wymianie danymi użytkowników zawieranych z innymi firmami. Chodzi o giganty takie jak Amazon, Microsoft, Sony, Netflix, Spotify, Huawei czy Lenovo. Okazuje się, że pozyskiwały one dane z Facebooka na większą skalę, niż dotąd zakładano.

Sony, Microsoft i Amazon były w stanie pozyskiwać adresy e-mailowe użytkowników, także jeśli ci nie byli ich klientami, ale mieli chociaż jedną taką osobę wśród znajomych. Należąca do Microsoftu wyszukiwarka Bing miała wgląd w listy znajomych konkretnych użytkowników oraz w publikacje na ich profilach. Spotify oraz Netflix otrzymały natomiast od Facebooka możliwość czytania prywatnych wiadomości wysyłanych przez użytkowników do siebie nawzajem i rejestrowania, kto z kim kontaktuje się tą drogą.

Najstarsze z kontraktów o przekazywaniu danych Facebook zawarł jeszcze w 2010 r. W 2017 r., jak pisze „NYT”, część umów była wciąż w mocy. Niektóre zostały wygaszone w kończącym się 2018 r. łącznie portal społecznościowy zawarł takie porozumienia z ponad 150 podmiotami.

Tłumaczenia koncernu brzmią żenująco. Facebook upiera się, że żadne prywatne dane nie wyciekały z portalu wbrew woli właścicieli kont. Twierdzi również, że przekazywanie informacji odbywało się z myślą o korzyściach dla użytkowników, by mogli np. łatwiej rekomendować znajomym

piosenki do wyszukania w zasobach Spotify albo by mogli bez problemów korzystać z portalu społecznościowego na urządzeniach typu Windows Phone czy BlackBerry.

patronite

Niewiele bardziej przekonująco wypadli przedstawiciele Netfliksa, którzy po publikacji „NYT” stwierdzili, że firma nigdy nie prosiła o dostęp do prywatnej korespondencji użytkowników Facebooka. Współpraca między platformą streamingową a portalem miała ograniczać się do funkcji rekomendowania ulubionych filmów i seriali, która zresztą, twierdzi Netflix, nie okazała się szczególnie popularna i dlatego od trzech lat nie jest już aktywna. Na publikację „NYT” odpowiedział także Microsoft, stwierdzając, że porozumienie z Facebookiem jest już od 2016 r. nieaktualne i dane pozyskane tą drogą nie wpływają już na wyniki wyszukiwań. Jak było wcześniej? Tego już nie próbowano tłumaczyć.

Bardziej wiarygodnie brzmią wnioski dziennikarzy „NYT”, którzy wskazują, że na tajnych porozumieniach korzystał i Facebook, i jego kontrahenci: portal maksymalizował zyski z reklam, a reklamodawcy łatwiej mogli personalizować przekaz i zwiększać szansę na dotarcie ze swoimi produktami do zainteresowanych. Prywatność użytkowników jak zwykle nie liczyła się w ogóle.

Autorstwo: MKF

Źródło: Strajk.eu